

実施主体、事業名などの概要

- ・事業名：指宿海域の自然共生サイトの活用と持続可能な観光モデルプロジェクト
- ・実施主体：山川町漁業協同組合
- ・対象地域：鹿児島指宿市
- ・対象とする良好な環境： かおり風景百選・平成名水百選・自然共生サイト

地域の現状・課題

- 指宿市には古くからの知られた温泉地としての位置づけに加え、「自然共生サイト」を含め豊かな自然が存在するが、それが観光資源としての魅力に結びついていないのが現状。
- 加えて、指宿市にコロナ禍以降の観光需要回復を取り込むために周遊性や体験を伴う滞在型の観光コンテンツが不可欠。

目指すべき姿（中長期ビジョン）

- 内外の観光客の来訪、滞在を増加させるとともに、海と藻場が果たす気候変動や生物多様性にかかる機能発揮への理解促進も含めて、観光と環境保全へ資金を還流させる。
- 温泉と豊かな自然を基軸とした観光地としての魅力（競争力）と持続可能性（サステナビリティ）を向上させることを目指す。

実施項目（事業内での取組）

- 邦人トライアルツアーの課題等を踏まえたツアーの再検討・実施
- インバウンドツアーの企画と試行
- 地域資源を観光資源として価値化し、循環とマネタイズ検討
- 九州南北をつなぐコラボツアーの企画と検討

R7：受入態勢構築

実施項目（事業内での取組）

- 観光コンテンツの具体化・整理
地域におけるキーストーリの検討
- トライアルツアーの実施
- 既往観光コンテンツと連携した周遊パッケージの検討
- ビジネス化に向けた次年度の行動指標の整理（ガイド育成・受入態勢・販路の検討）

R8：実施体制構築

R9：ツアーの販路形成

（事業期間終了後）

実施項目（自走化）

- R8年度の取組継続に加えて、インバウンドツアーの事業化
- 地域資源を活用した、修学旅行や企業研修等（国内外含む）向けのツアーの外販を試行
 - * 令和7-8年度の取組を踏まえて、計画は随時アップデートするため、追加修正の可能性
 - * 観光の付加価値を向上しながらアママや自然環境の保全と再生

対象となる良好な環境の概要

- 指宿市は鹿児島湾（錦江湾）から東シナ海に臨む長く美しい海岸線を有し、市の全域を霧島火山脈が縦断していることから、豊富な湧出量をほこる温泉地として全国に知られている。特に世界的にも珍しい「天然砂むし温泉」は1700年の初頭からの古来の湯治場として国内外の観光客が訪れている。
- 加えて、指宿市は公的な認定を受けた豊かな自然に基づく観光資源を多く有している。例えば、一定期間の干潮時に陸地と砂州で繋がる①知林ヶ島は環境省「かおり風景百選」に、回転式そうめん流しの発祥の地とされる②京田湧水は環境省「平成の名水百選」に認定されている。
- また、直接的な観光資源ではないが、山川町漁業協同組合が③藻場造成と漁業経営を両立させてきた海域が、漁協主体の申請としては全国初となる環境省「自然共生サイト」に認定されている（サイト名「山川の海のゆりかご」）。



良好な環境に係るストーリー

本事業で検討するツアーは、**地域において不可欠な生態系サービスを提供する環境の保全、再生に寄与することを目指す**。特に、地域資源である自然共生サイト等の自然環境や、個性豊かな食文化などの付加価値を高め、伝え、体験してもらうことで地域内でのみ循環していた資源を価値化し、売り上げの一部やツアー参加者の体験そのものを**藻場保全等への動員に発展する好循環の形成を目指す**。

【気候変動への適応】

- 変わりゆく自然環境のモニタリングをしながら、漁業、観光を持続可能な形とするために現状を把握し、地域の情報を常に集め、**適応策の検討と反映を実施**

【自然資本・生物多様性への貢献】

- 藻場の造成と回復の促進により、魚介類の生息環境が改善し、ひいては地域の基幹産業である**漁業の持続可能性向上（水産資源回復、海洋環境の改善）につなげる**。

【藻場を通じたサステナビリティの意識向上】

- 漁業者のみならず、観光コンテンツとして地域内外の様々な来訪者が**藻場造成活動に参加することで、サステナビリティに向けた行動変容や意識醸成につなげるだけでなく付加価値と好循環を生む**。

良好な環境への付加価値の波及イメージ

モデル事業の実施

海域の自然共生サイトの活用を基軸とした観光モデル

1. 環境学習プログラム
2. 藻場造成・保全活動
3. 水産資源の活用
4. カーボンオフセット

温泉や「かおり風景百選」「平成の名水百選」に認定されたサイト等の既往コンテンツ

事業の付加価値

新たな観光資源の創出

地域ブランドの向上

官民連携の強化

地域経済と環境保全の両立

良好な環境への波及

気候変動への貢献
炭素吸収による気候変動の緩和

自然資本・生物多様性への貢献
藻場による水産資源の回復

サステナビリティ意識の向上
藻場を通じた体験による行動変容

（特に漁業者所得向上を通じた）好循環

実施体制（図示）

実施体制は以下の通り。行政を含む観光関係者、漁協を中心に、地域内で連携のうえ本事業を推進するが、トライアルツアー等では地域外企業や大学、専門家等の協力を得ることで、ツアーのビジネス（マーケットイン）の観点からの評価やインバウンドを見据えたケーパビリティの獲得を図る。

主要メンバー

主な役割



指宿市
観光課、商工水産課、
環境政策課

- 観光ビジョンにおける本事業の位置づけ調整
- 市の観光、水産、環境政策との連携
- 他観光要素と組み合わせた情報発信



いぶすき観光
デザイン

- 商品企画等にかかる関連情報の提供
- 観光パッケージ開発にかかる助言
- 観光パッケージの販売・受け入れ窓口
- 地域ストーリーを語るガイド人材育成

指宿観光&体験の会

- 茶揉みや鰹節工場見学等の豊富な体験ツアーの組成経験を活かした商品企画、全体助言、地域との橋渡し



山川町
漁業協同組合

- 自然共生サイト管理者
- 藻場等の体験コンテンツ企画、ハード整備
- ブルーカーボン協議会会員等との連携
- 地域ストーリーを語るガイド人材育成
(通訳：鹿児島大学と連携、ガイドの人材：漁協担当者)

事業応募者



指宿市
観光協会

- 本事業においても重要な位置付けと考えているため、連携に向けて協議していく

【R7年度取組】

観光コンテンツの 具体化・整理

- 自然共生サイトを活用した環境学習や体験を織り交ぜた観光コンテンツ特定、実施フローの具体化
- かおり風景百選、平成の名水百選に認定されたサイト等を活用したキーストーリーの検討

トライアルツアーの実施

- 地域住民、大学・専門家、企業等が参加したトライアルツアーの実施（8月、9月の2回実施）

既往観光コンテンツと連携した 周遊パッケージの検討

- トライアルツアーの実施結果を踏まえた周遊パッケージの検討、具体化

ビジネス化に向けた次年度 の行動指標の整理

- 次年度以降のツアー実施数・参加者、ブルーカーボン等への認知度、水産物の消費拡大、藻場造成面積、ブルーカーボン創出量といった指標の設定
- 実施体制整備

特に工夫した点・取組成果

- 地域内関係者での連携による指宿全体の周遊性を意識しつつトライアルツアーにつながるコンテンツの洗い出し

特に工夫した点・取組成果

- 指宿への初訪問となる参加者を含め多角的なフィードバックを獲得
- 個別コンテンツをツアーとして落とし込むにあたっての実践的な課題感の把握
- SUPを用いた環境体験

特に工夫した点・取組成果

- トライアルツアーの実施結果を踏まえて、パッケージの最終化

特に工夫した点・取組成果

- 左記の実施結果を踏まえて、最終化する想定
- 実施体制の整備については域内連携事業者と協議し、年度内を目途に策定する

R7年度のゴール

- 自然共生サイトを活用した環境学習や体験を織り交ぜた観光ツアー（パッケージ）の具体化
特に、参加モニターに環境保全体験をしてもらい、活動の延長線で生産される自然共生サイト由来の水産物を食することで、環境活動の重要性や豊かな海づくりに貢献してもらう。
- インバウンドを見据えたビジネス化に向けた課題感の把握

課題

- トライアルツアーを踏まえた観光ツアーパッケージの最終化（例えば、砂蒸し風呂やSUPに付随する着替えや入浴時間の十分な確保。※特に女性のトライアルツアー参加者から改善の要望あり、個別のコンテンツにおける背景やストーリー、関連の説明時間の確保といったトライアルツアーで得られた課題を踏まえたパッケージの再検討）

取組内容詳細：トライアルツアー（県内向けモニターツアー）

令和7年8月28日実施 いぶすき観光デザインHPより募集7名・鹿児島大学先生2名 合計9名



①漁協会議室にて座学
(環境問題・アマモについて知ってもらう)



②漁協会議室にてアマモの種子の選別
(紙粘土に種子を植える)



③アマモの種まき・SUP体験
(SUPでアマモ場に行き種をまく)



④山川砂蒸し温泉 砂湯里
(疲れた体を癒してもらう)



⑤平成の名水百選 京田湧水



⑥唐船峡 そうめん流し
(本枯れ節を使用しためんつゆ使用)

アンケート 結果

- ・種の選別の前に、藻場再生をするに至った経緯、今行っている取り組みなどを時間をかけて(3~40分くらいはかけてもいいかと思いますが)説明することで、学習や研修をしている、という実感が強くなるとともに、この後の種まきから、地域への愛着が湧くことにつながると思います。
- ・今回は唐船峡での食事でしたが、川畑さんが説明の時に話されていた「駆除したアマモを食べる魚で作ったお弁当(のり弁のようなもの)」が開発されたら、そちらを食べるほうがより面白い体験になると思います。

課題

- アンケート結果にあったように一つ一つの体験の時間を取ってより深く丁寧な説明が必要
- 観光コンテンツ再検討、ブランディング、ストーリー整理

取組内容詳細：トライアルツアー（県外向けモニターツアー）

令和7年9月4日～5日実施 11名参加



①IPM農業体験・野菜収穫
(環境に配慮した農業を知ってもらう)

②平成の名水百選 京田湧水
(唐船峡 そうめん流し)

③観光地散策



④スメ体験
(収穫野菜の試食)

⑤共生サイトで取れた魚の提供
(サイト内のカンパチを使った刺身等)

⑥座学・アマモの種子選別
(種まき・SUP体験)

⑦山川砂蒸し温泉 砂湯里
(疲れた体を癒してもらう)

アンケート 結果

・インバウンドの知ることの欲求を意識すべき。体験もいいが、もう一步、二歩先の質問がインバウンドでは寄せられる。自身が体験するところであれば、魚の取引にあるから、これがあるんだっていうのを、もっと丁寧にしないとちょっと厳しい。
・アテンドする側が説明だけに終始するのではなく、日本の食文化からはじまる。インバウンドを想定するのであれば、こういう文化があって、こういう風習がなく、参加者にどのようなバックグラウンドがあるのかを把握して、双方向の対話を意識してツアーを展開していくのがインバウンドを見据えれば必要かもしれない。相手の文化や風習と、今回のツアーコンテンツにどんな共通点、相違点があるかを踏まえて対話すれば、意義や意味を理解されやすい。

取組内容詳細：トライアルツアー（県内向けモニターツアー）

令和7年11月7日実施 いぶすき観光デザインHPより募集 8名参加



①座学
(環境問題・アマモについて知ってもらう)



②アマモマット作成



③アマモの種まき・SUP体験
(SUPでアマモ場に行き種をまく)



④山川砂蒸し温泉 砂湯里
(疲れた体を癒してもらう)



⑤たまた箱温泉・山川製塩工場跡氏視察



⑥昼食 道の駅活お海道



第一弾の県外モニターツアーのアンケートを踏まえ、今回は単なる観光ツアーにするのではなく、指宿市山川の“伝統や文化”を学ぶ場として実施。さらに漁師飯の調理体験を提供することで、食を通じて海を豊かにする環境づくりの必要性も理解してもらう。

取組内容詳細：トライアルツアー（県外向けモニターツアー）

令和7年11月20日～21日実施 9名参加



①平成の名水百選 京田湧水



②唐船峡 そうめん流し



③座学・アマモマット作成
(環境・アマモについて)



④アマモの種まき・SUP体験



⑤山川砂蒸し温泉 砂湯里
(疲れた体を癒してもらう)



⑥地元漁師との交流 ⑦山川まち歩き 山川の歴史～港について ⑧カツオ水揚げ冷凍庫見学 ⑨鰹節工場見学 ⑩鰹節削り・茶節体験
(←カツオのタタキ・サイト内で漁獲された鯖の天ぷら調理体験)

アンケート結果

- ・環境と観光を主なテーマとするのであれば今回の内容は充実したプログラムだと思います。環境保全を学ぶ事をメインとするならアマモに関する時間をもう少し増やすと参加者の理解と充実感が増すと思います。
- ・タネまきは水中での作業がリアルタイムでなくても良いのでその場で見られるとより実感がわく
- ・漁師飯は大変よかった。もう少し漁師家族とゆっくりと話ができてよい
- ・水揚げの所は作業場自体の音が大きいので、あまり話が聞こえなかった。参加者にもっと話が伝わる様にマイク使うなど何か対策して欲しい

まとめ

今後の改善・方向性

- ①「余白」を設けて参加者が考え・交流できる時間を作る → 「分からない」ことを伝え、参加者へも「想像」してもらう工夫
- ②各体験の意味・背景を丁寧に伝える
→ブリーフィング時間を冒頭に設定する、体験を絞る、ストーリーを語り、体験してもらう
- ③ターゲットを意識したエコツアーの構成を検討する
→背景を知る散策やブリーフィング→SUPで自然体験と観察、保全活動→保全した先につながる魅力の実感
→持ち帰り・振り返り（スライド10参照）
- ④コンテンツ実施・受入地域の持続性を第一に考え、地域が消費されない工夫とツアー設計
→プライベートと分けながらも、地域を体験することができる工夫

取組内容詳細：トライアルツアー（エージェントモニターツアー）

令和8年2月10日～11日実施 3名参加



①カツオの水揚げ
冷蔵庫体験



②鯉節工場見学



③山川まち歩き
(山川の歴史～港について)



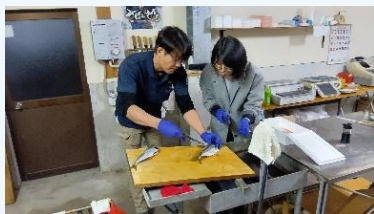
④座学
(環境・アマモについて)



⑤アマモ場SUP体験



⑥砂蒸し温泉 砂湯里



⑦地元漁師との交流
(カツオのタタキ・サイト内で漁獲された魚の調理体験)



⑧FAMとの意見交換



⑨平成の名水百選 京田湧水
(唐船峡 そうめん流し)

アンケート 結果

- ・指宿市に関する事前認知は「砂むし温泉」を中心に一定程度確認された一方、「海のゆりかご山川ブルーカーボンプロジェクト」の認知度は限定的であり、認知者は一部にとどまり、主な情報源はテレビ等のメディアで概要把握の段階である。
- ・アマモ造成等の環境学習型コンテンツの対象市場としては、環境意識やSDGs関心の高い欧米豪やシンガポール等の海外市場、また学校・教育機関向けが有望。ツアー造成面では、指宿駅や鹿児島発着を基点とした1日または1泊2日の行程が適当で、移動手段は貸切タクシーやレンタカー等の車移動が望ましい。また、ガイド体制については多言語対応や人材育成、安全管理体制の強化が必要。
- ・体験コンテンツについては、価格受容性には差が見られ、漁師めし体験やSUPなど付加価値の高い体験は良いが、まち歩き等はもう少し内容の検討が必要。
- ・さらに誘客促進策として、日本食文化を支える海や資源、地域の取り組みを学ぶストーリー性のある商品化、SNS発信や海外旅行博への参加、OTAを活用した販売などが有効。総じて、資源価値への関心は確認できた一方、山川を選択することのハードルや認知不足という課題が示され、商品造成と情報発信強化が必要。

来年度に 向けた目標

- ・ブルーカーボンプロジェクトの認知向上を図る。現状では認知が限定的であり情報接触機会が不足していることから、国内外に向けたSNS発信の強化、旅行博・商談会等への出展、OTAを活用した商品掲載を進め、情報露出の拡大と理解促進を図る。
- ・ターゲット市場を明確化した商品造成を推進する。環境意識の高い欧米豪市場や教育旅行市場を重点対象とし、日本食文化や海の資源との関連性を軸としたストーリー性のある体験設計を行うとともに、価格受容性を踏まえたコンテンツの再整理と付加価値向上を図る。
- ・受入体制の強化を進める。多言語対応やガイド人材育成、安全管理体制の整備、車移動を前提とした効率的な動線設計を進め、満足度の高い体験提供を実現する。併せて、食体験や海域利用など体験内容の磨き上げを行い、継続的改善を図る。これらの取組により、環境保全と観光振興の好循環を実現し、地域への来訪促進と経済循環の拡大を目指す。

取組内容詳細：環境学習プログラム設計書（アマモ生活史：A/B期）

学習プログラムの基本的な
フロー（今回整理・体系化）

今年度の到達点



海洋環境やアマモ
場にかかるブリー
フィング（座学）



- 山川町漁協として取り組んできた講演や説明資料等の既往資材を有効活用
- モニタツアーでの説明等を通じて、藻場等になじみが薄い参加者への訴求方法について改めて課題感を得た



アマモ種選別・SUP
による散布（体験）



- 漁協役職員を中心にレクチャー・安全対策やシャワー等の設備も含めた体制整備を実施
- 必要人員や資材の準備・コスト等について複数のモニタツアーの中で再確認した



知見・経験の振り
返り・持ち帰り

今後の課題
来年度対応

- 座学資材およびブリーフィングの標準化・体系化（漁協職員を中心にブリーフィング可能な人員を安定的に増やす。ムラ・ムリないブリーフィング・英語対応等も検討）
- アマモ種選別・SUPのコストの精緻化・キャパシティ拡大（ビジネス化を見据えて、ツアー料金にどのように体験をムリなく織り込むかを検討していく）

取組内容詳細：水産物活用メニュー案（自然共生サイト由来の水産物等）

メニューの検討・具体化

今年度の到達点



活用魚種・メニューの構想



- 自然共生サイト隣接海域で養殖されるカンパチを念頭としつつ、名産のカツオや磯焼けの原因となるイスズミ等の活用も検討
- メニューの構想には地場観光ホテル等とも連携



メニューの試作・モニタツアー等での提供



- 2回の県外者向けのモニタツアーにおいて、それぞれカンパチ（刺身）とカツオ（たたき）を活用メニューを提供
- 自然共生サイト等の背景となるストーリーについては口頭説明となったが、お品書き等に記載を盛り込む等の工夫が必要と認識
- また、本事業外であるが、イスズミを活用した弁当も漁協として試作。

今後の課題
来年度対応

- 来年度以降はより漁業、漁村の体験等も強く意識していく中で、食を通じた訴求は重要。
- 藻場保全や自然共生サイト等の意義や地域の魅力を伝える観点から、引き続きカンパチや定置網漁獲物（イスズミ等も含む）、カツオを軸として、参加者のニーズやレイヤーに応じたメニューを提供できるように、ホテルや漁業者の家族等の地域関係者とも連携しつつ、具体化を進める

カーボンオフセット

使用車両	CO2排出量
中型バス	500g/km
ハイエース	255g/km

県外モニターツアー走行距離				県内モニターツアー走行距離			
日付	使用車両	距離	排出量	日付	使用車両	距離	排出量
9月4～5日	中型バス	373km	186.5kg	8月28日	ハイエース	43km	10.965kg
11月20～21日	ハイエース	492km	125.46kg	11月7日	ハイエース	22km	5.61kg

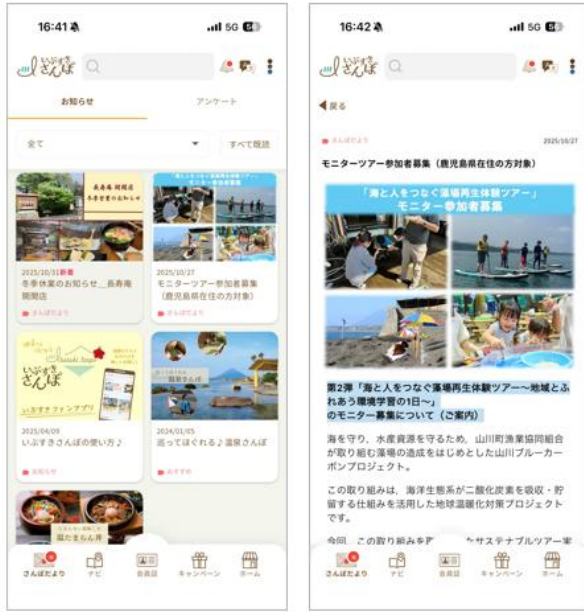
総排出量

328.535kg

0.328535t

※モニターツアー開始時の山川町漁協が保有するCO2吸収量は令和6年に認証を受けた0.3tである
今回のモデル事業で使用した車両のオフセットは、令和7年度に認証を受ける1.4tで相殺することを考えているが、
モニターツアーで取り組んだアマモ場の保全活動のCO2吸収量の申請は令和8年度になることもあり、
山川町漁協との協議が必要。
その後、令和8年3月19日に開催されるJBEの認証式以降に無効化処理の申請を行い、今回のモデルツアーのカーボン
オフセットを完結する。

いぶすきさんぽを活用したモニター募集



(アプリ画面)

【アプリ活用】 県内アプリユーザーに向けた モニター募集を実施

8/28県内向けモニタツアー 9名申込

11/7県内向けモニタツアー 7名申込



(観光デザインHP)

(情報発信)

地域CRMアプリを活用したモニター募集や情報発信を行い、併せて体験コンテンツのチケット販売に向けたCRMアプリの機能拡充を図るなどして、地域内連携の強化に繋がった。

(アプリ画面：イベント一覧)



アプリにある「イベント」ボタンをタップし、さらに「チケット」をタップすると販売されるチケットの一覧画面が表示されます。

(アプリ画面：チケットTOP)



・期限内で複数回使用できる「有効期間」を設定できるタイプのチケット
・1度きりの使用を想定した「もぎりタイプのチケット」の2種類を販売することができます。

チケット購入者が使用できる「チケット特典」を登録できます。
チケット購入時に使用できる「クーポンコード」を登録できます。

画像サイズ
600px(幅)×250px(高さ)

(体験チケット機能)

本事業を通して実現する「保全と活用の好循環」の仕組み

保全の具体的内容・方法

- アマモ種苗の設置：アマモ場から種を採取し、それを織り込んだ種苗（アマモマット）を設置
- ウニの駆除：食害の主な原因となるウニについては漁業者が潜水、駆除
- 囲い網の設置：南方由来のイスズミやアイゴ等の侵入を防止、生態系の保全のため、一部海域を包囲する囲い網を設置
- 潜水によるモニタリング：漁業者等による潜水でのモニタリングを定期的実施し、活動の効果検証や顕著な海洋環境の変化等がないかを確認

活用の具体的内容・方法

- 自然共生サイトでもあるアマモ場の自然体験
 - ・SUP、シュノーケリングなど
- アマモ場の保全活動やモニタリングへの参加
 - ・種採り、選別、播種等（季節、回数、人数限定）
- 漁場や漁港の見学
 - ・自然共生サイトでの魚介類販売
- 鰹節工場の見学と出汁体験
- 鰹節ご飯、さつま揚げ、ローカル飯の体験
 - ・漁師飯の提供や調理教室の実施

活用から保全への還元方法

- 地域資源を活用したコンテンツを充実させることで、宿泊を伴う滞在型の観光拡大を図る
- 地域資源（鰹節ご飯、さつま揚げ等）の飲食・消費拡大を図る
 - ⇒得られた資金を藻場や自然環境の保全・再生活動、地域の海洋教育へ還元する好循環の形成
 - * 売上の一部をフィードバック
- 地域内外への理解増進と、ノウハウを他地域にも還元し、更なる地域展開と広域連携を目指すことで、九州全域での活用と保全の好循環の輪を広げる

【R8年度取組】

トライアルツアーの課題等を踏まえたツアーの再検討・実施

- 藻場・ブルーカーボン、自然共生サイト等の意義訴求やコンテンツ間の接続といった課題感を踏まえて、観光ツアーとしての精緻化
- 日本の漁村での生活体験と地域の食・文化を掛け合わせたストーリー構築

欧米向けインバンドツアーの企画と試行

- 地域資源の洗い出し
- 資源となるコンテンツごとにツアーを企画・立案
- モニターツアーの試行

地域資源を観光資源として価値化し、循環とマネタイズ検討

- モニターツアーの企画、立案への反映
- 付加価値化
- 地域関係者と連携した受入態勢を構築し、無理のない持続可能な受入態勢の構築を目指す

九州南北をつなぐコラボツアーの企画と検討（広域展開）

- 九州南北で共生サイトに認定された都市と連携し、「陸地と海」「海と海」をキーワードに環境活動ツアーを企画
- 実施可能性について検討
- 実施体制の構築

想定する成果

- インバウンドを想定したツアー企画に反映
- 地域資源の洗い出しと整理
- インバウンドに向けたモデルツアーの企画と催行
- 地域の理解増進

想定する成果

- ニーズの発掘、市場の開拓
- 地域資源を観光資源に昇華
- フィードバックを踏まえてブラッシュアップ
- 事業化に向けた準備と反映

想定する成果

- ストーリーの深掘りや山川で実施する意味、意義付け
- モニターツアーの事業化やガイド育成、地域へ還元
- さらなる資源の発掘とツアーコンテンツの立案

想定する成果

- 空港や主要駅から距離がある山川地区への集客への課題解決に資する
- ノウハウの提供と山川地区の自然、魚介類、観光のプレゼンス向上とシナジー

R8年度のゴール

- トライアルからビジネスに向けた観光ツアー（国内外）としてのパッケージの整理、マーケティング戦略の立案、実施体制の構築（R9年度からビジネスとして展開）

想定される課題

- ツアーの恒常的な実施体制の構築（藻場の造成、保全にかかる専門知見、インバウンドを見据えた英語でのコミュニケーション人材の確保等）

観光コンテンツ制作の専門家及び有識者助言

専門家 (宮脇 太氏)

- 本年度は山川町の関係者と共に、複数のモニターツアーを実施し、県内外の参加者から貴重なフィードバックを得ることができたと認識している。特に、国内在住の外国人の参加もあり、国別に分析を進めてきた点は、これまでも取り組んできた内容であり、今後も継続されていく予定である。ターゲット市場ごとの異なるニーズが明確になっていくことは、大きな成果であると考えている。
- 来期に向けては、モニターツアーで得られた知見やフィードバック、有識者の意見を踏まえつつ、**観光資源が多いからこそ、何を研ぎ澄ませていくのか、この地域になぜ来る必要があるのかといった、旅の目的となる理由を明確にし、具体的なツアー造成に直結させていくことが最優先の課題であると考えている。**
- 環境保全と経済活動、産業の両立を実現するモデルを確立していくことは、本地域において他地域との差別化につながる重要な要素であると考えている。また、ツアーの魅力は人に依存しがちな側面がある一方で、多言語対応やインバウンド受入体制の整備、再現性の確保を着実に進めていくことが重要である。
- 令和8年度には、海外の旅行会社やオンラインエージェント等を通じた本格的な販売を早期に開始し、持続可能な観光地域としての地位が確立されることを期待している。

有識者 (江崎 貴久氏)

- 山川町漁協のフィールド・資源を活用することで、自然と地場産業が密接につながっていることを十分に表現できると思う。
- 次年度は、実際のお客様の想定をもっと現実的に考えていく必要があり、**地域資源は今年度より、もっと絞って活用することで、魅力に深みのあるコンテンツができることが期待される。**
- 人材育成はカギとなると思うが、他にも、あと2人くらいのガイドを育成できると、今後急成長が予想される。また、現在ガイドができる方は、お出しいただいている想定の内容やテーマを踏まえながら、ガイドの内容以外に実際のガイドをするときにお客様の満足度のためにこういったことが重要か、感動をふくらます余韻をどうやって生み出すかなど、企画書には表れていないコツやポイントを掴み、さらにガイドの魅力を増していただきたい。
- 全体としては、この取り組みの先に、山川地域がどのようになりたいのか、連携する皆さんで共有し意識することで、お客様にも山川の未来が伝わる舞台になると思う。

いぶすき 観光デザイン

- アマモ造成プロジェクトと掛け合わせるべき地域観光資源（スポット）について提言し、ツアーパッケージとしてまとめ、モニターツアーの実施を行った。県内向け、県外向けそれぞれ2回ずつと、FAMツアーで得られた意見を参考に、ツアー内容のブラッシュアップを図り、漁業に特化したツアーパッケージとして昇華させられたことは非常に意義があったと考えている。
- 次年度以降もツアー内容は随時磨き上げつつ、収益面や漁業発展の面でも収益の面でも持続可能な活動へと繋げるための協議が必要と考える。そのためにも、地元水産物が楽しめたり、カツオのたたきを実際に料理できたりなど、ここでしかできない体験を加えて価値を高め、旅の満足度を上げていくことに一緒に取り組んでいきたい。

来年度反映事項

- **旅の目的・価値の明確化とコンテンツの選択と集中**

モニターツアーや国別分析で得られた知見を基に、「なぜ山川に来るのか」「何を体験しに来るのか」を明確化し、地域資源を絞り込んだ核となるツアーコンテンツを造成する。

- **環境保全と産業が両立する観光モデルの具体化**

山川町漁協のフィールドや資源を軸に、自然環境の保全と地場産業・経済活動が循環する仕組みを可視化し、他地域との差別化につながるモデルとして磨き上げる。

- **人材育成と受入体制の強化（再現性の確保）**

ガイド人材の育成・増員（複数名体制）を進めるとともに、多言語対応やインバウンド受入体制を整備し、個人に依存しすぎない持続可能な運営体制を構築する。

- **本格販売を見据えた市場連携と実装フェーズへの移行**

海外旅行会社やエージェントとの連携を見据え、実際の顧客像を想定した商品設計・価格設定を行い、令和8年度からの販売開始につなげる。

令和8年度のモデルツアー（案）：令和7年度の結果を踏まえた再検討

案① 体験・体感ツアー

1. 導入

- ・自己紹介、交流、背景の案内

2. 自然体験と観察

- ・SUP体験、環境保全

3. 昼食

- ・自然共生サイトの魚介類弁当
- ・鯉節ご飯、さつま揚げ

4. 砂蒸し体験

5. 解散

- ・漁協購買での買い物
- * 自然に思いを馳せるところから、実感、体験、昼食から購買へつなげる工夫

対象：欧米からのインバウンド

人数：4～5人

参加費：10,000円/人

時間：10時～14時（4 H）

案② 食・文化ツアー

1. 導入

- ・自己紹介、交流、背景の案内

2. 鯉節工場見学

- ・鯉節の歴史や工場の案内
- ・鯉節削り体験
- ・出汁の飲み比べ体験

3. 昼食

- ・鯉節ご飯体験（さつま揚げも）

4. 解散

- ・漁協購買での買い物
- * 地域の歴史や町の産業を支える漁業や文化に触れてからの体験

対象：欧米からのインバウンド

人数：4～5人

参加費：3,500円/人

時間：10時～13時（3 H）

案③ 保全・モニタリング食・文化ツアー

1. 導入

- ・自己紹介、交流、背景の案内

2. モニタリングと自然観察、保全活動

- ・アマモ花穂採取、選別、播種等
- * 季節によって変わります
- ・生き物観察
- ・アマモ観察

3. 食事（昼・夜）

- ・自然共生サイトの魚介類弁当
- ・鯉節ご飯、さつま揚げ
- ・調理体験、漁師飯の提供、交流

4. 伝統・文化の学びの場の提供

- ・カツオの水揚げ見学
- ・鯉節工場見学
- ・削り体験や出汁の飲み比べ

5. 解散

- ・漁協購買での買い物
- * よりコアな体験プログラムとして地域の漁業者との交流や保全活動を提供

対象：欧米からのインバウンド

人数：4人

参加費：22,000円/人

時間：10時～宿泊～12時

* インバウンドには通訳が必須

SUP 5,000円 座学 1,000円 砂蒸し 2,000 昼食 1,500円 鯉節工場見学 2,000円
調理体験・漁師飯 8,000円 保険 500円 水揚げ・冷凍庫見学 500円

【付加価値とマネタイズ】（保全と利活用の好循環）

- * 定置網で水揚げされる魚介類のセリ体験なども検討

【地元との交流】（地域が消費されない範囲で）

例）漁師の家族が「ご飯できたよ～」などという形で鯉節ご飯を持ってきてもらう等

【広域展開】ノウハウを他地域へも還元し他地域との連携（唐津市）

ビジネス化に向けた次年度の行動指標の整理結果

コンテンツの磨き上げ（パッケージ化）

目的：販売可能なツアー商品として完成度を高める

- ・モニターツアー結果を踏まえたコンテンツの選択と集中
 - 「なぜ山川に来るのか」の明確化
 - ターゲット別（インバウンド・教育旅行等）商品設計
- ・ツアーパッケージの標準化
 - 体験内容・所要時間・料金の確定
 - ブリーフィング・ストーリーの体系化
 - 食体験（漁師飯・共生サイト魚）の商品化
- ・付加価値の明確化
 - 保全活動 × 食 × 漁業体験の一体化
 - ブルーカーボン・自然共生サイトの可視化

受入態勢構築

目的：継続的に受入可能な運営体制の確立

- ・ガイド人材育成
 - ガイド増員（複数名体制）
 - 多言語対応（鹿児島大学との連携）
 - 安全管理・接客研修
- ・運営体制の標準化
 - ブリーフィング資料の整備
 - 運営マニュアル作成
 - 安全対策・保険等の整備
- ・地域連携の強化
 - 漁業者・飲食・宿泊との役割分担
 - 車移動を前提とした動線設計
 - 持続可能な受入キャパの設定

販路構築

目的：本格販売フェーズへの移行

- ・販売チャネルの確立
 - 海外旅行会社・OTAへの商品掲載
 - 教育旅行・企業研修市場への営業
 - 旅行博・商談会への参加
- ・情報発信の強化
 - SNS・WEBによる認知拡大
 - ブルーカーボンストーリーの発信
 - 写真・動画素材の整備
- ・価格・販売体制の整備
 - 商品価格の最終決定
 - 予約～決済フロー構築
 - CRMアプリとの連携

「実証」から「販売・運用」フェーズへ移行